

Um
mundo de
oportunidades

Volume 6
Origem: vegetal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

PEDRO ALVES CORRÊA NETO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

4ª edição. Ano 2025

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Marcel Moreira

Filipe Guerra

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virginia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

Leandro Antunes

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo

O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgrolInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.

MERCADO DE CORN FLAKES NA INDONÉSIA: OPORTUNIDADES PARA O BRASIL

Data: 12/06/2025

Posto: Jacarta/Indonésia

Palavras-chave: Indonésia; Corn Flakes.

Responsável: Bruno Breitenbach, Christian Silwanus

SUMÁRIO:

Informa sobre o crescimento do mercado de corn flakes na Indonésia e as oportunidades para o Brasil, mesmo diante da vantagem tarifária de países da ASEAN. Exportadores extrarregionais já atuam com sucesso, indicando potencial de inserção para o produto brasileiro.

O consumo de corn flakes na Indonésia está em expansão, impulsionado pela urbanização, pelo aumento da renda disponível e pela busca por opções práticas de café da manhã. Embora as refeições tradicionais matinais indonésias sejam à base de arroz, há um crescimento constante do mercado de cereais matinais.

Apesar dos desafios relacionados a costumes tradicionais de consumo, a aceleração da urbanização e ascensão de classe média jovem urbana mais preocupada com questões relacionadas a saúde tem favorecido a demanda por produtos com apelo nutricional. Ao mesmo tempo, desafios como a fidelidade a marcas locais e a percepção de alimentos ocidentais como pouco naturais ou menos saudáveis persistem. Uma solução tem sido o desenvolvimento de produtos mais alinhados aos gostos locais, incluindo sabores salgados e uso de ingredientes regionais.

A despeito da falta de informações disponíveis sobre a produção de corn flakes na Indonésia, os dados de importação demonstram que o país internaliza cerca de 34 milhões de dólares anuais do produto. Acreditamos que esse valor seja muito próximo ao consumo interno atual. O mercado indonésio de cereais expandidos e torrados, classificados sob o código SH 1904.10.90, é tradicionalmente abastecido por países do Sudeste Asiático, especialmente Malásia, China e Tailândia, que se beneficiam de isenção tarifária no âmbito de acordos preferenciais regionais. Ainda assim, os dados de comércio exterior de 2024 revelam a existência de uma fatia relevante do mercado suprida por exportadores extrarregionais que enfrentam a tarifa MFN de 10%.

Países como os Estados Unidos (USD 742 mil), Polônia (USD 662 mil), Suíça (USD 148 mil), Taiwan (USD 120 mil), Itália (USD 45 mil) e Chile (USD 69 mil), entre outros, conseguiram inserir seus produtos nesse mercado competitivo, mesmo arcando com tarifa aduaneira de 10%.

Esses dados demonstram que, apesar das barreiras tarifárias, produtos com qualidade reconhecida, posicionamento competitivo e estratégias comerciais com agentes locais conseguem alcançar o mercado indonésio. Isso evidencia uma oportunidade concreta para que o Brasil explore esse nicho, especialmente tendo em vista sua reconhecida capacidade de produção de milho e alimentos processados.

Tabela 1 – Importações Indonésias de Produtos do SH 1904.10 em 2024

País de origem	Valor importado pela Indonésia (USD mil)	Tarifa de Importação
Malásia	13.555	0
China	8.845	0
Tailândia	6.182	0
Filipinas	874	0
Índia	820	10
Coreia do Sul	753	0
EUA	742	10
Polônia	662	10

Austrália	581	0,7
Singapura	352	0
Vietnã	321	0
Suíça	148	10
Taiwan	120	10
Bélgica	114	10
Japão	95	0
Chile	69	10
Itália	45	10
Alemanha	37	10
Egito	30	10
Reino Unido	21	10
Grécia	18	10
Nova Zelândia	16	0,7
Canadá	10	10
Espanha	9	10
Arábia Saudita	2	10
Total	34.422	—

Apesar de ainda serem tímidas quando comparadas aos maiores exportadores globais de produtos sob o código 190410, as exportações brasileiras de corn flakes têm registrado avanços nos últimos anos. Dados da tabela abaixo mostram que o Brasil tem exportado consistentemente a países mais próximos:

Tabela 2 – Exportações Brasileiras dos Produtos do SH 1904.10 em USD mil

País de Destino	2020	2021	2022	2023	2024
Paraguai	4244	4263	5407	5728	6929
E.U.A.	968	2007	1510	1804	1979
Argentina	2999	2631	1855	2207	1801
Uruguai	939	949	1088	1041	886
México	0			3	393
Chile	13	1278	70	91	271
Venezuela	81	162	220	164	245
Bolívia	237	252	222	183	191
Colômbia	32	108	68	10	142
Outros	883	1096	1052	1534	1141
Total	10400	12750	11495	12771	13984

Considerando que o principal insumo dos cereais matinais é o milho, amplamente disponível no Brasil, e que a Indonésia conta com uma população de aproximadamente 280 milhões de habitantes, visualiza-se um potencial considerável para o ingresso do produto brasileiro nesse mercado.

Conclusão:

A ausência do Brasil na pauta de exportações para a Indonésia nesse segmento sugere um potencial inexplorado - parcialmente explicado pela baixa inserção internacional do Brasil quando comparado aos demais exportadores e pela distância geográfica - mas que pode servir como uma maneira de diversificar a produção interna e as exportações relacionadas ao agronegócio nacional.